

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN
REFERENCE GROUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP
CREAM DI JAKARTA**

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh :

AMANDA KIRANA PUTRI

1121001035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,

dan semua sumber baik yang dikutip maupun

dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Amanda Kirana Putri

NIM : 1121001035

Tanda Tangan : 

Tanggal : 28 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Amanda Kirana Putri

NIM : 1121001035

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan *Reference Group* terhadap Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin S. Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.

Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd., M.M

Penguji 2 : Deddy Herdiansjah, M.Sc, MBA, Ph.D

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2017

KATA PENGANTAR

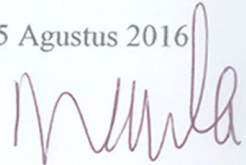
Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian *Wardah Exclusive Matte Lip Cream* di Jakarta”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta.

Saya menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Muchsin S. Shihab M.Sc., MBA. Ph.D. selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan selama ini.
2. Keluarga besar Syarifuddin, Papa, Mama, dan Bunda, Ayah, Audy, Kanaya, Bunda Namin, Ayah Yafits, Yaffa, Yanka, Yasha, Teh Inez, Om Tomi, Abraham, Alessia, Teh Iya, Om Emral dan Rumi yang selalu memberikan semangat serta doa yang tidak pernah putus untuk saya.
3. Teman terdekat saya yaitu Aemelia Anugrah, Annisa Puri Oktavia, Aulia Rafidayanti, Auryn Rachma, Dewi Paramita, Jihan Havira, Nadia Aljufri, Januerialdo Putra, Yune Ilhami, Annisa Chika, Aliya Disa, Nabila Khumaira, dan Egi Puti yang turut serta membantu dan menyemangati saya.
4. Keluarga besar mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2012 atas doa, saran dan bantuannya.
5. Seluruh pihak terkait yang telah banyak memberikan pengetahuan teknis dan non-teknis melalui diskusi, nasihat, saran, serta kritik yang membangun yang sangat berguna dalam pengembangan diri penulis.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Amin.

Jakarta, 15 Agustus 2016



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Amanda Kirana Putri
NIM : 1121001035
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

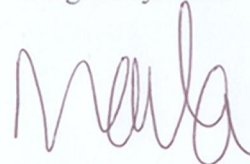
“Pengaruh Persepsi Harga dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian *Wardah Exclusive Matte Lip Cream* di Jakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 28 Agustus 2016

Yang menyatakan



(Amanda Kirana Putri)

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *REFERENCE GROUP*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *WARDAH*
EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM DI JAKARTA**

Amanda Kirana Putri¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan *reference group* terhadap keputusan pembelian *Wardah Exclusive Matte Lip Cream* di Jakarta. Variabel persepsi harga memiliki 3 indikator yaitu kesesuaian harga, keterjangkauan harga, dan daya saing harga dengan competitor. Variabel *reference group* juga mempunyai 3 indikator yaitu influencer (public figure / selebriti), ahli kecantikan, rekan kerja, keluarga dan teman dekat. Variabel proses keputusan pembelian mempunyai 5 indikator yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku sesudah pembelian. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini disebarakan kepada 115 perempuan yang memakai *Wardah Exclusive Matte Lip Cream* dan berdomisili di Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen (persepsi harga dan *reference group*) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (proses keputusan pembelian). Dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dan *reference group* sangat mempengaruhi proses keputusan pembelian *Wardah Exclusive Matte Lip Cream*.

Kata kunci: Persepsi Harga, *Reference Group*, Keputusan Pembelian, dan *Wardah Exclusive Matte Lip Cream*

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***EFFECT OF PERCEPTION OF PRICE AND REFERENCE
GROUP ON THE DECISION OF PURCHASING WARDAH
EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM IN JAKARTA***

Amanda Kirana Putri¹

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perceptions and reference groups on Wardah Exclusive Matte Lip Cream purchasing decisions in Jakarta. Price perception variable has 3 indicators that is price compatibility, affordability of price, and price competitiveness with competitor. The reference group variables also have 3 indicators: influencers (public figures / celebrities), beauticians, co-workers, family and close friends. The variable purchase decision process has 5 indicators that is the introduction of the problem, information search, alternative evaluation, purchasing decisions, and behavior after purchase. The questionnaire used in this study was disseminated to 115 women using Wardah Exclusive Matte Lip Cream and domiciled in South Jakarta. The results showed that both independent variables (price perception and reference group) proved to have a positive and significant influence on the dependent variable (purchasing decision process). It can be concluded that the perception of price and reference group greatly influences Wardah Exclusive Matte Lip Cream purchasing decision process

Keyword: Perception of Price, Reference Group, Purchasing Decision, and Wardah Exclusive Matte Lip Cream

¹*Student of Bakrie University, Management Major*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN PORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi & Perumusan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2.3 Batasan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Harga.....	9
2.2 Reference Group.....	9
2.3 Proses Keputusan Pembelian.....	11
2.4 Penelitian Terdahulu.....	13
2.5 Kerangka Pemikiran.....	14
2.6 Hipotesis Penelitian.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Objek Penelitian.....	15
3.2 Ruang Lingkup.....	15
3.3 Lokasi Penelitian.....	15
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	16

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	17
3.5.1 Populasi.....	17
3.5.2 Sampel Penelitian.....	17
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.7 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.8.1 Metode Pengukuran Skala Kuisisioner.....	20
3.8.2 Analisis Regresi Berganda.....	20
3.9 Teknik Pengolahan dan Analisa Data.....	21
3.9.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	21
3.9.2 Pengujian Hipotesis.....	22
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	24
4.2 Analisis Deskriptif dan Pembahasan.....	25
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	26
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Reference Group.....	26
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	26
4.3 Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas.....	27
4.3.1 Analisis Uji Validitas.....	27
4.3.2 Analisis Uji Reliabilitas.....	28
4.4 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	28
4.4.1 Analisis Uji Normalitas.....	29
4.4.2 Analisis Uji Heteroskedastisitas.....	29
4.4.3 Analisis Uji Multikolinearitas.....	30
4.5 Analisis Regresi.....	30
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	32
BAB V PENUTUP.....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Mini Survey.....5
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....29
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....29

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Lip Cream lokal.....	4
Tabel 2.4.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.4.1 Operasionalisasi Variabel.....	16
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	25
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terkait.....	28
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	30
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	31